

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP *IMPULSE BUYING*

(Studi Kasus pada Pengunjung *Heritage Factory Outlet* Bandung)

Ditulis oleh:

Dhea Novianti Idihardja

A10110008

Pembimbing

Mutia Tri Satya, S.Sos., MSM

ABSTRAK

Semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen, maka mereka dituntut untuk harus memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan konsumen yang bervariasi juga sangat berpengaruh terhadap perubahan pola gaya hidup (*lifestyle*). Salah satunya adalah *lifestyle* dalam berbelanja atau *shopping lifestyle*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden yaitu pengunjung *Heritage Factory Outlet* Bandung mengenai gaya hidup belanjanya (*shopping lifestyle*), pembelian impulsif (*impulse buying*) dan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying*.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Dengan pemilihan sampel yaitu *simple random sampling* dan mengambil sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala *likert 5 point*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur (*path*) yang dalam perhitungannya menggunakan *software SPSS (Statistical Program Social Scene) 20.0*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *shopping lifestyle* dan *impulse buying* termasuk dalam kriteria baik dan *shopping lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Besarnya pengaruh *shopping lifestyle* terhadap *impulse buying* ditunjukkan oleh koefisien determinasi yaitu sebesar 27,6% dan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Dari hasil pengujian parsial dari empat indikator, hanya dua yang berpengaruh signifikan yaitu tentang berbelanja rutin dan berbelanja periodik yang merupakan komponen paling dominan berpengaruh. Sehingga dengan demikian *shopping lifestyle* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada pengunjung *Heritage Factory Outlet* Bandung.

kata kunci: *shopping lifestyle, impulse buying*

THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE TO IMPULSE BUYING

(Case Study on Heritage Factory Outlet Bandung Visitors)

Compiled by:

Dhea Novianti Idihardja

A10110008

Under The Guidance:

Mutia Tri Satya, S. Sos., MSM

ABSTRACT

Because the increasing needs and desires of consumers, so the consumers are required to fulfil their needs. Consumer need is variative and also very influential to lifestyle, like in shopping lifestyle. The purpose of the research is to know how respondents responses about Heritage Factory Outlet Bandung Visitors in their shopping lifestyle, an impulse buying and to know influence of shopping lifestyle to impulse buying.

The method of this research is using descriptive and verification analysis. With the selection of the sample is simple random sampling and took a sample by 100 respondents. Collection data techniques using questionnaires with a 5-point Likert scale. Hypotheses testing using path analysis (path) which is calculated using SPSS (Statistical Program Social Scene) 20.0 software.

The result of analysis showed that shopping lifestyle and impulse buying included in the good criteria and shopping lifestyle taking positive impact and significant to impulse buying. Shopping lifestyle make a great influence to impulse buying that indicated by the coefficient of determination is about 27.6% and total remains is 72.4% influenced by other factors outside in research. The results by partial testing from the four indicators, only two which have a significant influence that is routine shopping and periodic shopping is the most dominant component. Therefore, shopping lifestyle is make a positive impact to impulse buying to Heritage Factory Outlet Bandung Visitors.

keywords: shopping lifestyle, impulse buying